

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, Didik Gunawan. 2022. “Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(1): 815.
- Nuraeni, Yuni Siti, dan Dwi Irawati. 2021. “Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi).” *Procuratio* :
- Oktaria Santika. 2019. “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PADA MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *MARKETPLACE* ONLINE DI INDONESIA (Studi Kasus pada Lazada).” *Skripsi STIE*: 1–51.
- Sumaa, Susilawati, Agus Supandi Soegoto, dan Reitty L Samadi. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9(4): 304–13. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>.
- Riyandika, M., & Saad, B. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Profitabilitas pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI pada Tahun. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 17, 35–45.
- Janner Simarmata Aditya Halim Perdana Kusuma, Acai Sudirman, Agung Purnomo Siti Aisyah, Syafrida Hafni Sahir, Astri Rumondang Salmiah, Fitria Halim, Alexander Wirapraja Darmawan Napitupulu, *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi, Yayasan Kita Menulis*, 2020, vi.
- Ni Luh Gde Sari Dewi Astuti, I Gde Dirga Surya Arya Widhyadanta, dan Retno Juwita Sari, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online,” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10.10 (2021), 897
- Pengaruh Iklan..., Rahul Anwar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2024

<<https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>>.

Innes Hernikasari, Hapzi Ali, dan Hadita Hadita, “Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran),” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3.1 (2022), 437–50 <<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>>.

Ulfi Ansyah Alfitroch, “Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online (Warga Rt 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang),” *Skripsi Manajemen, Universitas Islam Malang*, 2019. Fenny Krisna Marpaung et al., “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe,” *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7.1 (2021), 49–64 <<http://ejournal.lmiimedan.net>>.

Golan Hasan dan Winson Leon, “Seafood Purchase Decision In Batam Mediation By Product Quality Pengaruh Strategi Promosi , Harga , Iklan , Kualitas Pelayanan , Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Seafood Di Batam Dimediasi Oleh Kualitas Produk,” 4. January (2023), 189–99.

Maria Magdalena dan Suroso Winardi, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Roti CV. Rima Bakery di Kota Padang,” *Jurnal Pundi*, 4.1 (2020), 55–70 <<https://doi.org/10.31575/jp.v4i1.217>>.

Susilawati Sumaa, Agus Supandi Soegoto, dan Reitty L Samadi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado),” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9.4 (2021), 304–13

Oktaria Santika, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PADA MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *MARKETPLACE* ONLINE DI INDONESIA (Studi Kasus pada Lazada),”

Yuni Siti Nuraeni dan Dwi Irawati, “Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi),” *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9.4 (2021), 439–50
<<https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1704>>.

Didik Gunawan Gunawan, “Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.1 (2022), 815

Yuli Harwani dan Fauziah Fauziah, “Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan,” *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2.3 (2020), 285–91
<<https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i3.6659>>.

Yuriska Y, “Yuriska, Y. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Promosi Penjualan, Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Jd. Id Di Kota Palembang (Doctoral dissertation, STIE Multi Data Palembang).,” 2020, 119.

Hanum Pramesthi, Kanthi dan Bambang Prasetyo, Dwi, “Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness,” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8.1 (2023), 80–95
<<https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/16/8>>.

Pengaruh Kualitas Produk et al., “Dan Daya Tarik Iklan Produk Jamu Tolak Angin Sido Muncul Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Masa Pandemi Covid 19,” 44–51.

Muhammad Fadhol Arofah dan Radityo Putro Handrito, “Penulis Korespondensi Pengaruh Periklanan Dan Atribut Produk Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Online Shop Denim Deluge Company,” *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 01.4 (2022), 491–99
<<http://dx.doi.org/10.21776/jki.2022.01.4.13>>.

Gregorius Sereno Maddison Kando, Jevon Paul Irawan, dan Erica Adriana, “Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Pada Minat Beli Playstation 4,” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1.2 (2023), 262–69.

Hermawan Kristanto dan Hery Pudjoprastyono, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur,” *Jurnal STEI Ekonomi*, 30.02 (2021), 11–19 <<https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.462>>.

Veny Melinda, Nyimas Artina, dan Retno Budi Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Ambassador, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic Di Kota Palembang,” *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3.1 (2021), 111–21 <<https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1661>>.

Desi Sari Fatmalawati dan Ana Noor Andriana, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation,” *JMB : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10.1 (2021), 177–86 <<https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>>.

Susilawati Sumaa, Agus Supandi Soegoto, dan Reitty L Samadi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado),” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9.4 (2021), 304–13 <<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>>.

Siti Julia dan Kamilah K, “Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,” *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5 (2023), 61–66 <<https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.205>>.

Laurencia Hunowu, J L H V J Lopian, dan S S R Loindong, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aplikasi Codashop,” *Jurnal EMBA*, 11.1 (2024), 1–10 <<https://doi.org/10.30605/emba.v11i1.2024>>.

(2023), 1033–41 <www.suara.com>.

John E.H.J Foeh dan Rifdah Thifal Nur Aini, “Pengaruh Periklanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma Cibitung (Studi Kajian Pustaka),” *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem informasi*, 4.3 (2023), 587–97

Pengaruh Iklan et al., “The influence of advertising and product quality on sales volume at PT . Aviana Sinar Abadi Tbk Denpasar , Bali D3 Manajemen Pemasaran , Universitas Dhyana Pura , Bali , Indonesia,” 2.1 (2023), 43–50.

Yufi Priyo Sutanto dan Sunan Trioko, “PENGARUH EFEKTIVITAS PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Iklan Facebook Ads Pada Pempek Dok Sikam Blitar),” *Jisma*, 1.6 (2022), 2830–2605.

S F Sari, “Dampak Kualitas Produk, Harga, dan Iklan pada Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sukses’s di Kota Padang,” *Andalas Management & Accounting Journal*, 01.2 (2023), 46–54

<<https://www.ejournal.ybpindo.or.id/index.php/amaj/article/view/31%0Ahttps://www.ejournal.ybpindo.or.id/index.php/amaj/article/download/31/26>>.